

NASKAH PUBLIKASI

**STRATEGI MEDIA RELATIONS PEMERINTAH
KABUPATEN BOYOLALI**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Humas Pemerintahan
Kabupaten Boyolali Dalam Menjalin Hubungan Dengan Media)**



Disusun oleh :

SETIYADI RAHARJO

L100090041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102
Telp. (0271) 717417 – Fax. (0271) 715448

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi tugas akhir :

Nama : Agus Triyono,S.sos.,M.Si
NIK : 100.1105

Telah membaca, mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Setiyadi Raharjo
NIM : L100090041
Judul Skripsi : STATEGI MEDIA RELATION PEMERITAH KABUPATEN BOYOLALI.
(Study Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali Dalam Menjaln Hubungan Dengan Media)

Naskah artikel tersebut layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, sehingga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing II

(Agus Triyono,S.sos.,M.Si)

NIK. 100.1105

ABSTRAK

Setiyadi Raharjo, L100090041, Strategi Media Relations Pemerintah Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Humas Pemerintahan Kabupaten Boyolali Dalam Menjalin Hubungan Dengan Media) , Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Kegiatan berkomunikasi dilakukan untuk memenuhi kegiatan sehari-hari. Kegiatan berkomunikasi digunakan dalam berorganisasi baik itu komunikasi bersifat internal maupun eksternal kegiatan internal dilakukan dengan pembinaan staff kehumasan. Sedangkan eksternal di tujukan pada pembinaan hubungan baik dengan media. humas mempunyai peranan yang sangat penting pembinaan hubungan yang baik atau melakukan kegiatan membutuhkan keterlibatan masyarakat dan publik. Komunikasi berperan penting dalam menjalin hubungan dengan media internal maupun eksternal.

Dalam penggunaan media *Press Release* wartawan dikonfirmasi terlebih dahulu jika Pemkab Boyolali akan mengadakan kegiatan atau acara penting. Selama pelaksanaan kegiatan tersebut, pihak Pemkab Boyolali telah memberikan informasi yang jelas dan terbuka bagi wartawan. Adanya kerjasama antara Pemkab dengan media dalam penyediaan materi, seperti membagikan press release kepada media. Dengan tujuan agar informasi yang akan ditulis di media baik dan jelas.

Konferensi Pers (*Press Conference*). Di Pemkab Boyolali, konferensi pers lebih ditujukan untuk sosialisasi agenda kegiatan maupun kebijakan yang akan berlaku. Dalam konferensi pers, selain melibatkan media secara langsung, Pemkab Boyolali juga memanggil masyarakat untuk menjelaskan sosialisasi program kebijakan yang akan dilakukan Pemkab Boyolali.

Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*. Di lingkungan Pemkab Boyolali, kegiatan Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering* lebih ditujukan kepada kegiatan sosial maupun informal. Melalui kegiatan sosial yang bersifat informal, maka diharapkan dapat tercipta hubungan yang akrab antara Pemkab Boyolali sebagai pemegang kebijakan dengan rekan rekan media sebagai sarana penyedia informasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : public relations, media relations .

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas.

Kegiatan berkomunikasi dilakukan untuk memenuhi kegiatan sehari-hari. Kegiatan berkomunikasi digunakan dalam berorganisasi baik itu komunikasi bersifat internal maupun eksternal kegiatan internal dilakukan dengan pembinaan staff kehumasan. Sedangkan eksternal ditujukan pada pembinaan hubungan baik dengan media. Humas mempunyai peranan yang sangat penting pembinaan hubungan yang baik atau melakukan kegiatan membutuhkan keterlibatan masyarakat dan publik. Komunikasi berperan penting dalam menjalin hubungan dengan media internal maupun eksternal.

Hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang menjadijembatan antara perusahaan atau lembaga pemerintahan atau organisasi dengan publiknya. Dengan kata lain, publik berhak untuk dilayani, diterima, dan dijelaskan terkait jika ada krisis yang terkait dengan kepentingan publik, disisi lain publik akan membantu manajemen untuk memberi peringatan dini agar di masa mendatang, perusahaan/kelembagaan pemerintah dapat secara sigap mengantisipasi kemungkinan munculnya krisis.

Humas Pemkab Boyolali harus menjalin dan membangun hubungan yang harmonis dengan awak media sehingga semua yang menyangkut informasi publik dapat dipublikasikan dengan baik. Dalam membangun hubungan antara Pemkab dengan Pers, maka kedua belah pihak harus berupaya membangun komunikasi yang baik pula.. Dengan adanya hubungan yang baik maka kedua belah pihak akan duntungkan, dari pihak media akan diuntungkan karena mendapat liputan berita, sebaliknya Pemkab bisa mengkomunikasikan kebijakan pemerintah kepada masyarakat lewat media.

Sikap Humas Pemkab Boyolali yang menunjukkan rasa saling membutuhkan kepada insan pers akan membuat kedua pihak menjadi akrab yang pada gilirannya akan menimbulkan keuntungan kedua belah pihak.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Rico (2012) dengan judul penelitian : Strategi Humas Setda Kabupaten Kendal Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Pers. Kerjasama yang terjalin antara bagian Humas Kabupaten Kendal dengan berbagai media tersebut banyak media yang memperbantuan wartawannya kepada Bidang Humas Kabupaten Kendal. Kerjasama ini telah terbukti mampu mendukung fungsi pelayanan penerangan umum bidang Humas Kabupaten Kendal kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat Kabupaten Kendal dalam rangka penyebaran informasi, berita, kebijakan dan aturan-aturan baru. Secara garis besar sasaran penerangan umum adalah masyarakat di Kabupaten Kendal. Dengan hasil yang ingin dicapai yaitu tercipta pengertian dan pemahaman serta sikap masyarakat yang positif tentang Pemerintah Kabupaten Kendal dan kegiatannya, terbentuknya opini positif masyarakat dapat meningkatkan peran serta masyarakat dalam rangka peredaman berita serta opini masyarakat yang negatif mengenai Pemerintah Kabupaten Kendal dan kegiatannya serta penyebarluasan informasi mengenai keberhasilan kegiatan maupun program yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kendal.

Dari penelitian terdahulu tersebut, pada penelitian ini peneliti mengambil beberapa perbedaan. Perbedaan adalah mengenai obyek penelitian, penelitian ini mengambil obyek penelitian di Pemerintah Kabupaten Boyolali.

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah strategi Humas Pemkab boyolali dalam menjalin hubungan dengan media ?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Pemkab Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media agar terjalin dengan baik

4. Manfaat Penelitian

a. Akademis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama yang berhubungan dengan strategi *public relations* dalam menjalin hubungan dengan media.

b. Praktis

Hasil penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat berguna bagi praktis *public relations* (PR) suatu organisasi khususnya Pemerintah Kabupaten Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi

Komunikasi pemerintahan menurut Erliana Hasan adalah:

“Penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Dalam hal ini pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat” (Hasan, 2005:95)

2. Humas : Peran dan Fungsinya

Humas menurut Frank Jefkins, Humas(PR) adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik yang sifatnya internal (ke dalam) maupun yang sifatnya eksternal (ke luar), antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Jefkins, 1992: 9).

Kegiatan humas pada intinya adalah sebagai jembatan komunikasi antara instansi atau perusahaan dengan media luar.

3. Fungsi Humas

Menurut Emery (2002) fungsi humas adalah upaya yang terancam dan terorganisasi dari sebuah organisasi atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang bermanfaat dengan berbagai publiknya. Dengan fungsi tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa hubungan dan kerjasama relasi dan kepercayaan antara organisasi atau pemerintahan dan lingkungannya, kebutuhan publik bisa terlayani dengan baik dan publik akan merasa puas.

4. Strategi Humas

S.B. Hari Lubis, 2002 : 2 strategi Public Relations adalah bagaimana seorang Public Relations officer dapat menganalisa lingkungan, strategi, mengimplementasikan strategi, mengendalikan strategi.

Menciptakan hubungan baik dengan pers adalah esensi dasar kegiatan *media relations*. Karena dengan terciptanya hubungan baik tersebut, diharapkan akan mempermudah

pekerjaan PR untuk “membimbing” dalam pembuatan berita-berita positif. Berikut akan dijelaskan pandangan dari wartawan dan hubungan yang terjalin.

5. *Public relations* dalam Lembaga Pemerintahan

Public relations dalam lembaga pemerintah (departemen, lembaga non departemen, Badan Usaha Milik Negara/BUMN) merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat (Rachmadi, 1994 : 77). Tujuan *public relations* dalam pemerintahan antara lain:

- a. Memberi informasi konsisten tentang aktivitas agen pemerintah.
- b. Memastikan kerjasama aktif dalam program pemerintah.
- c. Mendorong publik mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan.
- d. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah
- e. (menyampaikan opini publik kepada pembuat keputusan, mengelola isu publik dalam organisasi, meningkatkan asesibilitas publik kepada pejabat).
- f. Mengelola informasi internal.
- g. Memfasilitasi hubungan media.
- h. Membangun komunitas dan bangsa. (Cutlip, 2006:466)

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara kepada informan untuk memperoleh data yang diperlukan.

Mengingat permasalahan dan tujuan yang akan diteliti, maka penelitian ini diharapkan dapat memperoleh data Strategi *Media Relations* dan Protokol Pemkab Boyolali. Informasi yang diperoleh lewat wawancara mendalam terhadap informan (Kepala Sub. Bagian Pemberitaan dan wartawan).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini Bagian Humas dan Protokol Setda Kabupaten Boyolali Jl Merbabu No 48 Boyolali. Penelitian ini akan fokus pada kegiatan yang dilakukan Humas Pemkab Boyolali dalam menjalin hubungan dengan media..

3. Validitas Data

Data yang telah dikumpulkan oleh penulis akan dikaji validitasnya. Penulis akan membuat abstraksi yaitu membuat rangkuman yang menjadi inti, proses dan pernyataan-pernyataan dari keseluruhan data tersebut. Kemudian dan tahap akhirnya melalui pemeriksaan keabsahan data

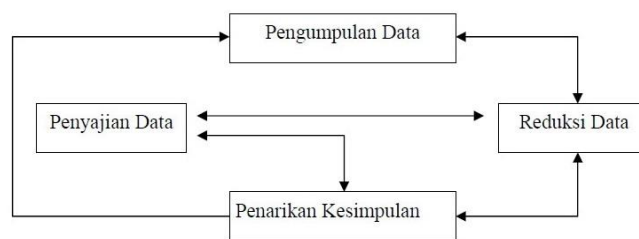
Validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan data dari satu sumber dengan dicek dengan sumber lain untuk pengecekan atau perbandingan terhadap data (Moleong, 2004:190).

Triangulasi data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Artinya, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi atau data yang diperoleh melalui wawancara dan alat yang berbeda antara data primer berupa wawancara dan data sekunder berupa dokumen-dokumen terkait.

4. Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisisinteraktif. Model analisis interaktif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadisecara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikankesimpulan atau verifikasi (Miles, 1992: 16).

Dalam pandangan yang kemukakan oleh Miles di atas, tiga jenis analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 1

Skema Model Analisis Interaktif
(Sumber : Matthew B. Miles dan A. Michael
Huberman (1992: 20)

D. HASIL PENELITIAN

1. Dalam penggunaan media *Press Release* wartawan dikonfirmasi terlebih dahulu jika Pemkab Boyolali akan mengadakan kegiatan atau acara penting. Selama pelaksanaan kegiatan tersebut, pihak Pemkab Boyolali telah memberikan informasi yang jelas dan terbuka bagi wartawan. Adanya kerjasama antara pemkab dengan media dalam penyediaan materi, seperti membagikan press release kepada media. Dengan tujuan agar informasi yang akan ditulis di media baik dan jelas.
2. Konferensi Pers (*Press Conference*). Di Pemkab Boyolali, konferensi pers lebih ditujukan untuk sosialisasi agenda kegiatan maupun kebijakan yang akan berlaku. Dalam konferensi pers, selain melibatkan media secara langsung, Pemkab Boyolali juga memanggil masyarakat untuk menjelaskan sosialisasi program kebijakan yang akan dilakukan Pemkab Boyolali.
3. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*. Di lingkungan Pemkab Boyolali, kegiatan Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering* lebih ditujukan kepada kegiatan sosial maupun informal. Melalui kegiatan sosial yang bersifat infomal, maka diharapkan dapat tercipta hubungan yang akrab antara Pemkab Boyolali sebagai pemegang kebijakan dengan rekan rekan media sebagai sarana penyedia informasi kepada masyarakat.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan
 - a. Dalam penggunaan media *Press Release* wartawan dikonfirmasi terlebih dahulu jika Pemkab Boyolali akan mengadakan kegiatan atau acara penting. Selama pelaksanaan kegiatan tersebut, pihak Pemkab Boyolali telah memberikan informasi yang jelas dan terbuka bagi wartawan. Adanya kerjasama antara pemkab dengan media dalam penyediaan materi, seperti membagikan press

release kepada media. Dengan tujuan agar informasi yang akan ditulis di media baik dan jelas.

- b. Konferensi Pers (*Press Conference*). Di Pemkab Boyolali, konferensi pers lebih ditujukan untuk sosialisasi agenda kegiatan maupun kebijakan yang akan berlaku. Dalam konferensi pers, selain melibatkan media secara langsung, Pemkab Boyolali juga memanggil masyarakat untuk menjelaskan sosialisasi program kebijakan yang akan dilakukan Pemkab Boyolali.
- c. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*. Di lingkungan Pemkab Boyolali, kegiatan Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering* lebih ditujukan kepada kegiatan sosial maupun informal. Melalui kegiatan sosial yang bersifat informal, maka diharapkan dapat tercipta hubungan yang akrab antara Pemkab Boyolali sebagai pemegang kebijakan dengan rekan rekan media sebagai sarana penyedia informasi kepada masyarakat.

2. Saran

- a. Pemkab Boyolali seharusnya mempunyai program kerja kehumasan yang jelas. Dengan adanya agenda kerja tahunan dan program kerja yang jelas, diharapkan kegiatan humas dapat berjalan dengan baik
- b. Dalam memberikan keterangan kepada pihak media, diharapkan agar Pemkab Boyolali lebih sigap dalam menanggapi permohonan wawancara narasumber dan memberikan informasi dengan jelas. Sehingga dengan adanya komunikasi yang jelas dan baik diharapkan akan menghindari pemberitaan negatif terhadap Pemkab Boyolali
- c. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan lebih menekankan penelitian pada media elektronik seperti tv dan internet. Saat ini media internet merupakan salah satu media relations yang banyak diakses oleh

masyarakat, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi (Cetakan Keempat). Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Cutlip-Center-Broom, 2006. *Effective public Relations, edisi kesembilan*, Jakarta : Kencana. Prenada Media Group

Emery. 2002. *Introduction to Mass Communication*. New York : HarperCollins Publisher, Inc.

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga

Kasali, Rhenald. 2000. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.